



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event Jonas Photo di  
Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Dalia Dinda Damayanti

2016320221

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event Jonas Photo di  
Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Dalia Dinda Damayanti

2016320221

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Dalia Dinda Damayanti  
Nomor Pokok : 2016320221  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event Jonas Photo di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 19 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Angela Caroline, S.AB., M.M.

**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil.

**Anggota**

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dalia Dinda Damayanti

NPM : 2016320221

Jurusan Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Pop Up  
Event Jonas Photo di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya dan pendapat pihak lain dikutip dan ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 5 Desember 2019

Dalia Dinda Damayanti

## ABSTRAK

Nama : Dalia Dinda Damayanti

NPM : 2016320221

Judul : Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event Jonas Photo di Kota Bandung

---

Perkembangan usaha yang bergerak di industri kreatif sangatlah pesat, salah satunya adalah jasa fotografi. Perkembangan bisnis ini yang membuat persaingan antar sesama jenis pebisnis di bidang fotografi sangatlah tinggi. Salah satu jasa fotografi yang ada di kota Bandung adalah Pop Up Event dari Jonas Photo. Pop Up Event merupakan jasa fotografi yang menerapkan photobooth on location pada kegiatan wisuda.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data atas objek penelitian dikumpulkan melalui pengamatan (observasi), partisipatif, dan wawancara tidak terstruktur. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Internal-Eksternal, Analisis QSPM, Analisis Lingkungan Internal, dan Analisis Lingkungan Eksternal.

Strategi yang digunakan pada Pop Up Event adalah pada tahap awal menggunakan strategi penetrasi pasar dan strategi *cost focus*. Hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh Pop Up Event cukup efektif. Namun, perlu adanya langkah strategi lain untuk meningkatkan penjualan dan posisi bersaingnya dari Pop Up Event.

Hasil dari Matriks Analisis Internal-Eksternal, Pop Up Event berada di posisi kuadran IV yang merupakan dalam posisi growth atau tumbuh. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi rekomendasi yaitu pengembangan pasar. Dengan strategi ini, diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaing saat ini dalam menghadapi persaingan yang ada.

**Kata kunci : Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, Matriks SWOT, Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Matriks Internal-Eksternal, Analisis QSPM**

## **ABSTRACT**

*Name* : Dalia Dinda Damayanti

*NPM* : 2016320221

*Title* : *Analysis of Competitive Strategy on Pop Up Event Jonas Photo in Bandung*

---

*The development of businesses engaged in creative industries is very rapid, one of which is photography service. The development of this business that makes competition between the same types of business photography is very high. One of the photography services in Bandung is the Pop Up Event from Jonas Photo. Pop Up Event is a photography service that applies photobooth on location to graduation activities.*

*In this study, researchers used a descriptive type of research using qualitative research methods. Data on research objects is collected through observation participatory, and unstructured interviews. Data collected were analyzed using the SWOT Matrix, Internal Factor Evaluation Matrix (IFE), External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal-External Matrix, QSPM Analysis, Internal Environmental Analysis, and External Environmental Analysis.*

*The strategy used at the Pop Up Event is in the early stages using market penetration strategies and cost focus strategies. The results of the study, the strategy used by the Pop Up Event was effective. However, it is necessary to have another strategic step to increase sales and competitive position from the Pop Up Event.*

*The results of the Internal-External Analysis Matrix, Pop Up Event are in the quadrant IV which is in a growth or growth position. Based on these results, the company is advised to use the strategy of recommendation that is market development. With this strategy, it is expected to maintain the current competitive position in face existing competition.*

***Keywords: Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis, SWOT Matrix, Internal Factor Evaluation Matrix (EFI), External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal-External Matrix, QSPM Analysis***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta kasih sayang-Nya kepada penulis dan senantiasa selalu diberikan kesehatan dan kelancaran sehingga penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event Jonas Photo di Kota Bandung” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat lulus dalam menempuh Strata-1 (S1) Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penyusunan skripsi yang dilaksanakan oleh penulis, tentunya banyak pihak-pihak yang terlibat untuk membantu, memberi semangat, dan memberi doa kepada penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada orang tua tercinta dari penulis. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis selama melaksanakan proses pengerjaan skripsi dan selama menjalani perkuliahan di UNPAR. Tentunya juga penulis ingin berterima kasih kepada adikku tersayang yang selalu mendukung penulis dalam menyemangati dan memberikan canda tawa di sela-sela pengerjaan skripsi. Terimakasih juga untuk Mbah Uti yang ada dirumah yang selalu mendoakan penulis dimanapun dan kapanpun tanpa penulis minta, dan juga selalu

mengingatkan penulis untuk selalu yakin dan bisa dalam menjalani perkuliahan dan tentunya proses pengerjaan skripsi.

2. Kepada Bapak Pius Sugeng, selaku Dekan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberi masukan untuk penulis selama menjalankan perkuliahan di FISIP UNPAR.
3. Kepada Ibu Theresia Gunawan, selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya dan memberikan masukan-masukan yang tentunya sangat bermanfaat bagi penulis dalam pengerjaan skripsi dan juga atas diskusi-diskusi yang bermanfaat yang tentunya akan penulis jadikan pembelajaran.
4. Kepada Ibu Banowati, selaku Kaprodi dari Ilmu Administrasi bisnis yang senantiasa membantu penulis jika menemui kesulitan dan meberikan masukan-masukan yang bermanfaat dalam menjalankan perkuliahan di jurusan Ilmu Administrasi.
5. Kepada Ibu Fiona, selaku dosen wali dari penulis yang senantias bersedia meluangkan waktunya jika ingin melakukan konsultasi mengenai mata kuliah yang akan diambil selama penulis menjalankan perkuliahan di jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
6. Teruntuk dosen-dosen di jurusan Ilmu Administrsi Bisnis yang senantiasa telah membagikan ilmu-ilmunya kepada penulis selama menjalankan perkuliahan, dan juga pengalaman-pengalaman yang diberikan untuk dijadikan bekal dalam menghadapi masa depan.



7. Teman-teman magang di TU FISIP terima kasih sudah membagikan pengalaman-pengalaman dan juga memberikan cerita-cerita menarik yang bisa dijadikan inspirasi bagi penulis. Penulis bangga bisa menjadi bagian dari teman-teman TU FISIP.
8. Teruntuk teman-teman magang di Jonas Photo, terutama tim Pop Up Event. Terimakasih telah memberikan pengalaman, berbagi canda tawa, susah, sedih, senang selama magang, yang tentunya itu semua dijadikan pembelajaran dan kenangan bagi penulis. Tentunya juga sudah memberikan semangat, masukan, dan dorongan untuk penulis agar bisa lebih baik lagi. Terimakasih juga sudah bersedia menjadi objek penelitian untuk skripsi yang penulis buat.
9. Kepada Felicia Ebelin (a.k.a Ebel) sahabat, teman, saudaraku selama menjalani perkuliahan di Bandung, yang sudah menjadi teman keluh kesah, senang, sedih, susah, dan apapun itu, yang juga tentunya selalu membantu penulis selama menjalani perkuliahan di Bandung, dan tentunya juga selama penulis melakukan proses pengerjaan skripsi. Teman sepermalasan dan sepermageran hehehe. Sukses terus untuk kita, dan semoga kita bisa lulus dan sukses bareng-bareng.
10. Kepada Rahayu Hutami (a.k.a Ayu) aahabat, teman, saudaraku yang pertama di Bandung yang dipertemukan di kost putri yang sama. Teman pergi, jalan, dan tentunya cerita-cerita, sepergabatan dan sepermalasan hahahaha. Tentunya juga sudah mengingatkan penulis untuk tidak malas

mengerjakan skripsinya. Sukses terus untuk kita, dan semoga kita bisa lulus dan sukses bareng-bareng.

11. Untuk teman-teman kost putri Ciumbuleuit 129, teman-teman kost pertama dari penulis, terimakasih sudah mengisi hari-hari penulis selama menjalankan perkuliahan di UNPAR, yang selalu memberikan canda tawa dan kegembiraan serta teman seperjudid-an hahahaha. Sukses terus untuk kita, dan semoga kita bisa lulus dan sukses bareng-bareng.
12. Teruntuk ciwi-ciwi sahabat SMA-ku tersayang, Adel, Anggi, Atin, Ecek, Ernest, Nadine, Poppy, Putri, Zaza yang selalu mengisi keriuhan dibalik roomchat grup WA, walaupun yang dibahas kurang berfaedah dan receh tapi ku sayang kalian semua, terimakasih sudah mengisi hari-hari penulis selama mengerjakan skripsi dengan bernostalgia masa-masa SMA, yang diselingi dengan kejudid-an hahaha. Dan juga teman-teman SMA Karya Iman sudah mengisi hari-hari penulis selama menjalani perkuliahan di Bandung. Sukses terus untuk kita. semoga kita bisa sukses bareng-bareng.
13. Teruntuk ciwi-ciwi sahabatku dari Meet Up Yuk! Cindy, Tanya, Miranti, April, Adel, Anggi, Nadine, Poppy, Putri, Intan yang sudah memberikan keceriaan, meluangkan waktunya untuk temu kangen dan ngobrol-ngobrol semacamnya. Sukses terus untuk kita. semoga kita bisa sukses bareng-bareng.
14. Teruntuk teman-teman satu bimbingan Ibu Theresia, yang senantiasa memberikan semangat satu sama lain dalam proses pengerjaan skripsi dan

tentunya memberikan masukan-masukan serta saling membantu satu sama lain.

15. Teman-teman HMPSIAB 2018/2019 yang sudah memberikan banyak pengalaman dan cerita-cerita selama penulis mengikuti organisasi, dan tentunya terimakasih kepada teman-teman divisi Humas yang memberikan pengalaman serta saling bertukar pikiran selama menjalani organisasi.
16. Teman-teman jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dan memberikan pengalaman-pengalaman kepada penulis selama menjalankan perkuliahan di Administrasi Bisnis.
17. Teruntuk teman-teman Logistik 2016, 2017, dan 2018, terimakasih telah memberikan canda tawa, kebersamaan, dan pertemanan selama bergabung di dalam divisi logistik. Tentunya pengalaman-pengalaman yang tak terlupakan bagi penulis.
18. Kepada seluruh pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih teman-teman telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi dan selama menjalani perkuliahan di UNPAR.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari kalau masih banyak kekuarangan dan kesalahan dalam skripsi ini, dikarenakan keterbatasan dan kurang pengalaman dari penulis. Untuk itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulis.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya dan untuk kedepannya.

Bandung, 5 Desember 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	8
2.1 Strategi Bersaing.....	8
2.2 Manajemen Strategi.....	8
2.3 Strategi Generik.....	8
2.3.1 <i>Cost Leadership</i> .....	8
2.3.2 <i>Differentiation</i> .....	9
2.3.3 <i>Focus</i> .....	10
2.4 Analisis Lingkungan.....	11
2.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	11
2.4.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	16
2.5 Analisis SWOT.....	22
2.6 Jenis Strategi.....	24
2.6.1 <i>Integration Strategies</i> (Strategi Integrasi).....	24
2.6.2 <i>Intensive Strategies</i> (Strategi Intensif).....	25
2.6.3 <i>Diversification Strategies</i> (Strategi Diversifikasi).....	26
2.6.4 <i>Defensive Strategies</i> (Strategi Defensif).....	27

2.7 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) .....	29
2.8 Penelitian Terdahulu .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1 Metode Penelitian .....	31
3.2 Jenis Penelitian .....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1 Wawancara .....	32
3.3.2 Observasi .....	33
3.3.3 Kajian Dokumen .....	33
3.3.4 Studi Literatur .....	33
3.3.5 Partisipasi .....	34
3.4 Sumber Data .....	35
3.5 Teknik Analisis Data .....	36
3.5.1 Matriks <i>Strengths-Weakness-Opportunities-Threats</i> (SWOT) .....	36
3.5.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) .....	38
3.5.3 Matriks Evaluasi Faktor Internal (EFI) .....	38
3.5.4 Matriks Internal Eksternal (IE) .....	38
3.5.5 <i>Quantitative Strategic Planning Matrics</i> (QSPM) .....	40
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
4.1 Sejarah Perusahaan .....	40
4.2 Misi Perusahaan .....	43
4.3 Visi Perusahaan .....	43
4.4 Profil Perusahaan .....	43
4.5 Struktur Perusahaan .....	44
4.5.1 Struktur Pop Up Division .....	45
4.6 Produk Perusahaan .....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN</b> .....	<b>52</b>
5.1 Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Saat Ini .....	52
5.1.1 Penetrasi Pasar Pop Up Event .....	53
5.1.2 Diferensiasi Pop Event .....	53

5.2 Analisis Lingkungan Bisnis Pop Up Event .....	54
5.2.1 Analisis Lingkungan Internal .....	54
5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	74
5.3 Analisis SWOT .....	84
5.3.1 Matriks SWOT .....	86
5.3.2 Matriks EFI .....	90
5.3.3 Matriks EFE .....	91
5.3.4 Matriks Internal-Eksternal .....	92
5.3.5 Analisis Matriks Internal-Eksternal .....	95
5.4 Strategi Alternatif yang Disarankan .....	100
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	109
6.1 Kesimpulan .....	109
6.2 Saran .....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN .....	120

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tiga Strategi Generik.....	11
Gambar 2.2 <i>The Five Forces Model</i> .....	22
Gambar 2.3 Analisis SWOT.....	23
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal (IE).....	38
Gambar 3.2 <i>Quantitative Strategic Planning Matrics</i> (QSPM).....	39
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	44
Gambar 4.2 Struktur <i>Pop Up Division</i> .....	45
Gambar 4.3 <i>Frame 12R Klasik Gold</i> Kanvas.....	49
Gambar 4.4 Album <i>triple 4R</i> Laminasi.....	49
Gambar 4.5 Cetak ukuran 4R.....	50
Gambar 4.6 <i>Frame 12R Minimalis Hitam</i> .....	50
Gambar 4.7 <i>Frame 8RP Minimalis Jasmine Gold</i> Laminasi.....	51
Gambar 5.1 Brosur Pop Up Event.....	59
Gambar 5.2 Website Pop Up Event.....	60
Gambar 5.3 Instagram Pop Up Event.....	60
Gambar 5.4 Matriks Internal-Eksternal.....	95



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia.....	1
Tabel 1.2 Data Industri Kreatif.....	2
Tabel 1.3 Jumlah Industri Kreatif.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 5.1 <i>Competitive Matrix</i> .....	80
Tabel 5.2 Analisis Matriks SWOT.....	87
Tabel 5.3 Analisis Matriks EFI.....	90
Tabel 5.4 Analisis Matriks EFE.....	91
Tabel 5.5 Analisis Matriks IE.....	92
Tabel 5.6 Tabel QSPM.....	101

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pada abad ke 21 sekarang ini, melihat perkembangan bisnis atau usaha di Indonesia jauh berkembang. Hal ini dilihat dari pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tiga tahun terakhir meningkat. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia terakhir pada tahun 2018 sebesar 5,17%, sementara di dua tahun sebelumnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar 5,03 % pada tahun 2016 dan 5,07% pada tahun 2017 (Sekretariat Kabinet Indonesia, 2019).

**Tabel 1.1 Tingkat PDB Indonesia**

Tahun	Tingkat PDB
2016	5,03 %
2017	5,07 %
2018	5.17 %

(Sumber : Setkab.go.id)

Segala jenis usaha atau bisnis yang berkembang di Indonesia, baik barang maupun jasa sangat berkontribusi terhadap meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tiga tahun terakhir. Salah satunya industri jasa. Banyak industri yang bergerak di bidang jasa yang menunjukkan perkembangan yang bagus. Selain

itu juga peran industri kreatif juga sangat berperan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2019), industri kreatif meliputi Aplikasi dan Game Developer, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio.

**Tabel 1.2 Data Industri Kreatif**

<b>Subsektor</b>	<b>Total</b>
Aplikasi dan Game Developer	12.441
Arsitektur	5.740
Desain Interior	798
Desain Komunikasi Visual	616
Desain Produk	3.367
Fashion	1.230.988
Film Animasi, dan Video	2.418
Fotografi	40.436
Kriya	1.194.509
Kuliner	5.550.960
Musik	34.242
Penerbitan	83.496
Periklanan	3.055
Seni Pertunjukan	19.772
Seni Rupa	17.044
Televisi dan Radio	3.944

(Sumber : bekraf.go.id)

Banyak usaha atau bisnis yang bergerak di industri kreatif , salah satunya fotografi, jumlah usaha atau perusahaan ekonomi kreatif di bidang fotografi pada tahun 2016 sebanyak 40.436 perusahaan dan paling banyak berada di Pulau Sumatera sebanyak 9.391 perusahaan.

**Tabel 1.3 Jumlah Industri Kreatif**

Wilayah	Jumlah
Provinsi Banten	805
Provinsi DI Yogyakarta	1.152
Provinsi DKI Jakarta	1.281
Provinsi Jawa Barat	6.002
Provinsi Jawa Tengah	6.583
Provinsi Jawa Timur	6.719
Pulau Bali dan Nusa Tenggara	1.764
Pulau Kalimantan	2.197
Pulau Sulawesi, Maluku, dan Papua	4.542
Pulau Sumatera	9.391
Total	40.436

(Sumber : bekraf.go.id)

Perkembangan industri kreatif yang bergerak di bidang fotografi, ternyata bukan hanya skill fotografi saja yang dibutuhkan oleh seorang fotografer, tetapi juga skill komunikasi mereka juga dibutuhkan, disini tidak hanya mempertimbangkan seni atau karya yang dihasilkan, tetapi juga skill dari

fotografernya sendiri ke pelanggan (Detikcom, 2019). Tetapi selain dari skill yang dibutuhkan oleh seorang fotografer dalam melakukan pekerjaannya, dengan adanya perkembangan digital di zaman sekarang ini pada dunia industri atau yang dikenal dengan Industri 4.0 dan juga adanya transformasi digital, membuat perkembangan bisnis atau usaha di bidang fotografi semakin meningkat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya alat-alat yang mendukung untuk kelangsungan industri fotografi sudah menggunakan teknologi yang sudah terbaru, contohnya dari lensa, *lighting*, dan lain-lain.

Sekarang ini, banyak yang menggunakan jasa perusahaan fotografi untuk mengabadikan momen momen pribadi dan ada juga untuk keperluan bisnisnya. Selain itu tingkat persaingan di industri fotografi juga sangat kompetitif, yang membuat masing-masing perusahaan terus melakukan strategi-strategi untuk bisa tetap bersaing di industrinya.

Salah satu industri kreatif yang bergerak di bidang fotografi adalah PT. Piktura Lensa Nusa, atau yang dikenal dengan Jonas Photo. Jonas Photo beralamat di Jl. Banda no 36, Bandung Jawa Barat. Saat ini sudah memiliki beberapa cabang di berbagai kota. Jonas Photo dikenal sebagai jasa fotografi yang sudah sangat terkenal, selain karena sudah lama berdiri juga banyak komentar dari pelanggan yang positif. Dengan semakin kompetitifnya persaingan di industri fotografi, Jonas Photo melakukan strategi-strategi untuk tetap bertahan di industri yang bergerak di bidang jasa fotografi. Salah satunya dengan adanya unit bisnis yang bagian dari Jonas Photo yaitu Pop Up Event.

Pop Up Event adalah salah satu dari unit bisnis Jonas Photo yang bergerak juga di jasa fotografi di kota Bandung. Pop Up Event ini adalah jasa yang menyediakan pemotretan pada event wisuda yang merupakan dari salah satu bisnis dari industri ekonomi kreatif yang sedang berkembang, yang sedang mempertahankan posisi bersaingnya diantara para pesaingnya di industri ekonomi kreatif. Pop Up Event ini juga bertujuan untuk para wisudawan dan wisudawati yang ingin melakukan sesi foto dengan keluarga atau kerabat tanpa harus datang ke studio, karena Pop Up Event ini menyediakan booth di lokasi langsung. Pada event seperti ini, tidak hanya dari Jonas saja yang menyediakan jasa pemotretan, tetapi banyak dari jasa fotografi lain yang menjadi kompetitor dari Jonas Photo.

Menurut Pamungkas (2019), maka dari itu, dari tim Pop Up Event sendiri sangat gencar dalam melakukan penjualan produk untuk menarik banyak pelanggan. Selain dari kompetitornya, masalah yang dihadapi di setiap event juga berbeda, karena dari lingkungan setiap event yang sudah dilaksanakan juga berbeda. Persiapan yang dilakukan untuk pada saat menjelang event pun tetap harus dilakukan dengan baik, tetapi sering terjadi pada saat event kondisi-kondisi seperti cuaca dan lingkungannya pun berbeda. Karena itu, penelitian ini akan membahas sejauh mana strategi yang diterapkan oleh salah satu unit bisnis Jonas Photo yaitu Pop Up Event dalam menghadapi setiap event yang akan dilaksanakan. Selain itu juga, untuk mengetahui bagaimana lingkungan internal dan eksternal dari Pop Up Event dalam menjalankan usahanya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Setiap unit usaha atau bisnis pada suatu industri yang dijalankan pasti selalu ada persaingan dengan unit usaha lainnya yang disebabkan oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang menyebabkan persaingan tersebut berbeda-beda antara satu unit bisnis dengan unit bisnis lainnya. Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh penulis yang terkait dengan Analisis Strategi Bersaing Pop Event, ada beberapa masalah yang diidentifikasi dari perusahaan yang mungkin terjadi :

1. Apa strategi bersaing yang dilakukan dari perusahaan selama ini ?
2. Bagaimana analisis dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal dari Pop Up Event ?
3. Bagaimana analisis SWOT dari Pop Up Event ?
4. Apa analisis yang disarankan ke depannya untuk Pop Up Event ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian ini yang terkait dengan Analisis Strategi Bersaing Pop Event, penulis memiliki tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan dari Pop Up Event.
2. Untuk mengetahui analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal dari Pop Up Event.
3. Untuk mengetahui analisis SWOT dari Pop Up Event
4. Untuk mengetahui strategi yang disarankan kedepannya bagi Pop Up Event.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Terkait dengan penelitian Analisis Strategi Bersaing Pop Up Event yang dilakukan oleh penulis, tentunya penelitian ini memiliki manfaat, yaitu manfaat akademis yang diperuntukkan bagi penulis dan bagi peneliti selanjutnya. Sementara untuk manfaat manajerial diperuntukkan bagi perusahaan.

### **1. Manfaat Akademis**

#### **a. Bagi Penulis**

Terkait dengan penelitian ini, manfaat bagi penulis adalah dapat menambah ilmu yang terkait dengan penelitian ini yaitu tentang strategi bersaing, dan juga menyeimbangkan dengan kondisi yang sebenarnya terjadi.

#### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Terkait dengan penelitian ini, manfaat bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian yang dilakukan oleh penulis bisa menjadi referensi untuk penelitian yang sama.

### **2. Manfaat Manajerial**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Terkait dengan penelitian ini, manfaat yang bagi perusahaan adalah penelitian ini bisa menjadi masukan dalam pelaksanaan strategi bersaing pada industri jasa fotografi.